

---

---

## VIII. МАРКЕТИНГ В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ: ТЕХНОЛОГИИ, ИНСТРУМЕНТЫ

---

---

УДК 334.735(091)

**А. Н. Аксенов** (anaks57@tut.by),  
канд. ист. наук, доцент

**М. Л. Горегляд** (masha.goreglyad1986@yandex.ru),  
магистрант

**Ю. А. Чечура** (chechura1985@mail.ru),  
магистрант

Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации  
г. Гомель, Республика Беларусь

### МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПИНСКОГО РАЙПО ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ АГРОГОРОДКОВ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

В статье анализируется маркетинговая стратегия Пинского райпо Брестского облпотребсоюза по организации торгового обслуживания населения агрогородков в соответствии с реализуемой на государственном уровне программой возрождения села, создания условий для наращивания сельскохозяйственного производства в Республике Беларусь. Отражены основные направления деятельности системы потребкооперации районного уровня в современных условиях конкуренции на рынке товаров и услуг брестского региона.

This article analyzes the marketing strategy of Pinsk Brest regional society to organize commercial public service agro towns in accordance with the implemented at the State level, the rural revival programme, the creation of conditions to increase agricultural production in the Republic of Belarus. Reflects the main directions of the activity of the cooperative system at district level in modern conditions of competition on the market of goods and services of the Brest region.

*Ключевые слова:* маркетинговая стратегия; райпо; пайщики; потребительская кооперация; рыночные отношения; итоги деятельности; конкуренция; агрогородок; торговое предприятие; обслуживание; социальные функции; индивидуальный предприниматель; государственная политика.

*Key words:* marketing strategy; society; shareholders; consumer cooperatives; market relations; results of activity; competition; town; commercial enterprise; service; social functions; the individual entrepreneur; public policy.

По совокупному объему деятельности за 2018 г. Пинское райпо заняло 5-е место среди райпо и филиалов облпотребобществ системы Белкоопсоюза. Об этом свидетельствуют официальные статистические данные, опубликованные в газете «Вести потребкооперации» и приуроченные к заседанию правления Белкоопсоюза с участием вице-преьера М. Русого и других членов Правительства Республики Беларусь, состоявшегося 6 февраля 2019 г., а также подготовкой председателя правления Белкоопсоюза В. Н. Иванова к запланированной встрече с Главой государства А. Г. Лукашенко [1].

В выступлении на заседании Правления Белкоопсоюза председателя Пинского райпо А. В. Селюжицкого были приведены данные, что удельный вес Пинского райпо в совокупном объеме деятельности Брестского облпотребсоюза составляет за 2018 г. 8,1%, а из 9 прогнозных показателей выполнены 8 [2]. Это очень высокий показатель не только по Брестскому облпотребсоюзу, но и в целом по системе республиканской потребкооперации. Учитывая высокие финансово-хозяйственные результаты деятельности кооператоров Пинщины в предшествующие годы, опыт их работы по организации торгового обслуживания населения агрогородков представляет особый научный и практический интерес.

Следует отметить, что организация обслуживания тружеников агрогородков потребительской кооперацией находится на особом контроле как в руководстве Белкоопсоюза, так и на уровне Правительства, в связи с реализацией Указа Президента Республики Беларусь «О Госу-

дарственной программе возрождения и развития села на 2005–2010 годы» от 25 марта 2005 г. № 150 [3]. Сроки реализации Программы продлены Главой государства, а все задействованные министерства и ведомства республики, в том числе Белкоопсоюз, в настоящее время продолжают работу по ее выполнению, обеспечению установленных социальных стандартов обеспечения жизнедеятельности сельских тружеников на уровне агрогородков. В Пинском райпо это направление работы является одним из приоритетных.

Пинский район расположен на юге Республики Беларусь. Он граничит на востоке – с Лунинецким районом, юго-востоке – Столинским, юге – Заречнянским (Украина), западе – Ивановским, севере – Ивацевичским и Ганцевичским районами Брестской области. Протяженность района с юга на север – 64 км, с запада на восток – 50 км. Площадь Пинского района составляет 3,2 тыс. км<sup>2</sup>, численность населения – 47,1 тыс. человек. На Пинщине проживают белорусы, русские, украинцы, поляки, представители других национальностей.

Административно-территориально район делится на 24 сельсовета. В районе 179 населенных пунктов, из которых 10 имеют статус агрогородка. На приведенном рисунке нанесены наиболее крупные населенные пункты Пинского района, входящие в зону обслуживания потребительской кооперации.

**Карта зоны торгового обслуживания агрогородков Пинским райпо Брестского облпотребсоюза**



Основной товаропроводящей сетью на территории района является Пинское райпо, торговая сеть которого знакома всем потребителям под брендом «РОДНЫ КУТ». Известно, что бренд Белкоопсоюза «РОДНЫ КУТ» объединяет в настоящее время более 2 тысяч магазинов, расположенных на всей территории Республики Беларусь: в небольших деревнях, агрогородках, районных и областных центрах. В свою очередь, Белорусский республиканский союз потребителей (Белкоопсоюз) является крупнейшим и старейшим общественно-

хозяйственном объединении страны, выполняющим важные социальные функции по обслуживанию тружеников села и имеющим многоотраслевую структуру.

Сеть магазинов, объединенных брендом «РОДНЫ КУТ», представляет современный формат розничной торговли. Ее создание является одним из стратегических маркетинговых проектов системы потребительской кооперации по обеспечению современного уровня торгового обслуживания, прежде всего сельского населения, создания комфортных социальных условий для пайщиков потребительских кооперативов и для сельчан в целом. Объективно это повышает уровень конкурентоспособности системы Белкоопсоюза в условиях активного продвижения других торговых сетей в сельскую местность и, прежде всего, в крупные агрогородки. Эта тенденция характерна и для Пинского райпо.

Следует отметить, что в целях реализации мероприятий по выполнению Государственной программы возрождения и развития села на 2005–2010 годы и пункта 5.4 протокола заседания Президиума Совета Министров Республики Беларусь от 22 ноября 2005 г. № 42 коллегия Министерства архитектуры и строительства утвердила перечень объектов агрогородков, строительство которых должно осуществляться только на основе экономичных типовых проектов и проектов массового применения. В их число включены, в качестве обязательных объектов агрогородка, магазин повседневного спроса и предприятие общественного питания [4]. Для каждого торгового предприятия агрогородка имеется утвержденный ассортиментный перечень товаров.

Концепция единого бренда предполагает организацию торгово-технологических процессов на современном уровне, автоматизацию торговли, оперативное управление ассортиментом. Потребительская кооперация ориентирована на продажу товаров отечественного производства и выступает крупным покупателем продукции белорусских предприятий. Значительную долю реализуемых кооператорами товаров составляют товары, производимые в системе Белкоопсоюза. Это хлеб, хлебобулочные и кондитерские изделия, рыбные и мясные товары, мясные и плодоовощные консервы, свежая плодоовощная продукция заготовительной отрасли, быстрозамороженные ягоды и овощи, плодоовощная продукция, произведенная традиционными методами квашения, соления и мочения, картофелепродукты (чипсы) и снеки, безалкогольные напитки и минеральные воды, другие товары. Перечисленные товары и продукты занимают особое, приоритетное место в ассортименте торговых предприятий Пинского райпо.

Торговая сеть 10 агрогородков Пинского райпо включает 22 торговые предприятия с численностью работников 62 человека, обслуживающих около 8,5 тысяч постоянно проживающего населения, большинство из которых являются пайщиками. Более подробные данные приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Данные о торговых предприятиях Пинского райпо, обслуживающих агрогородки (на 1 января 2018 г.)

Название агрогородка	Численность населения	Количество торговых объектов райпо	Общая площадь торговых объектов, м <sup>2</sup>	Товарооборот за год, тыс. р.	Численность работников
Логишин	1 900	8	1 030	1 831	25
Оснежицы	1 415	2	310	718	6
Плещицы	1 118	1	342	533	5
Новый Двор	785	1	100	530	4
Сошно	643	1	146	422	4
Охово	616	1	120	122	2
Валище	599	2	133	576	4
Жидче	557	2	120	518	3
Лопатино	474	1	150	567	4
Молотковичи	232	3	374	355	5

Маркетинговая стратегия Пинского райпо по обеспечению торгового обслуживания населения агрогородков строится с учетом присутствия на рынке товаров и услуг торговых и иных предприятий, не относящихся к системе потребительской кооперации. Руководство райпо исходит из того, что торговая сеть ООО «Евроторг», а также индивидуальные предприниматели, работающие в агрогородках, имеют главной целью обеспечение высокорентабельных доходов, систематическое получение прибыли. В отличие от Пинского районного потребительского общества, они не обязаны, согласно действующему уставу кооператива, на постоянной основе,

даже при условии убыточности торговой деятельности, осуществлять торговое обслуживание сельчан-пайщиков, выполнять свою социальную функцию. С учетом сказанного, Пинское райпо, с одной стороны, стремится обеспечить выполнение социального стандарта по обслуживанию агрогородков в соответствии с требованиями государственной программы развития села, не полагаясь на других участников торговой деятельности. Они могут по разным причинам свернуть свою торговую деятельность в любое время. Законодательством это не запрещено. Сельчане не могут при этом быть покинутыми без должного торгового и другого социального обеспечения.

С другой стороны, руководство Пинского райпо учитывает законы развития рыночных отношений в системе сельской торговли. Приход индивидуальных и частных предпринимателей на село, их занятие торговой деятельностью в агрогородках – это закономерный этап в становлении рыночной экономической модели в белорусском государстве.

Там, где интересы потребительской кооперации и частной торговли совпадают, а именно: возрастает уровень и качество торгового обслуживания сельчан, расширяется ассортимент товаров, снижаются цены на товары и услуги и т. д., кооператорами и частниками решаются общие задачи комплексного развития села. Потребительская кооперация Пинщины стремится не только к здоровой конкуренции с торгующими субъектами на селе, в том числе – в агрогородках, но и к установлению с ними партнерских отношений. Торгующие предприятия могут не только соперничать, но и сотрудничать. Например, кооператоры могут реализовывать через торговую сеть частных и индивидуальных предприятий продукцию собственного производства (промышленность, заготовки, общепит и др.). Такая позиция Пинского райпо поддерживается районной администрацией.

Из приведенной ниже таблицы 2 видно, что в большинстве агрогородков Пинского района, а именно в восьми из десяти, в настоящее время кроме торговых предприятий потребительской кооперации имеются частные торговые предприятия, в том числе ООО «Евроопт», ООО «РядомсДомомТорг», ООО «Сталкер», ЧТУП «АлианПродТорг», ЧТУП «Вагенторг», ЧТУП «ВИКТАНК», а также несколько торговых объектов индивидуальных предпринимателей. Потребительская кооперация в торговой сети агрогородков является бесспорно доминирующей. Она пользуется наибольшим доверием жителей агрогородков, в том числе кооператоров-пайщиков.

Таблица 2 – Торговая сеть конкурентов Пинского райпо в агрогородках (на 1 января 2018 г.)

Название агрогородка	Численность населения	Общее количество торговых объектов	Количество торговых объектов райпо	Торговая сеть конкурентов
Логишин	1 900	12	8	ООО «Евроторг», ИП Кушнеревич, ООО «РядомсДомомТорг», ООО «Сталкер»
Оснежицы	1 415	3	2	ООО Сталкер
Плещицы	1 118	2	1	ИП Каспирович Наталья
Новый Двор	785	1	1	–
Охово	616	2	1	ЧТУП «АлианПродТорг»
Сошно	643	2	1	ЧП Акселия
Жидче	557	3	2	ИП Мачель С. А.
Валище	599	3	2	ИП Кушнеревич
Лопатино	474	1	1	–
Молотковичи	232	7	3	ИП Борина, ЧТУП «Вагенторг», ИП Якубчик, ЧТУП «ВИКТАНК»

На маркетинговую стратегию райпо оказывают влияние многие факторы. Так, конкуренты кооператоров при частной форме их капитала, организовывая торговлю в агрогородках, главную цель видят в получении максимальной прибыли. Их ассортиментный перечень товаров включает те товары повседневного спроса, которые можно выгодно и быстро продать. Торговая сеть потребкооперации обеспечивает сельчан в обязательном порядке всеми товарами, необходимыми сельскому жителю. Например, это топоры, пилы, косы, гвоздодеры, многие другие специфические товары для работы на приусадебном участке и на подворье, металлические ведра и цепи для колодца, предметы сельскохозяйственного назначения. Их продажа не дает быстрой оборачиваемости и высокой прибыли. Но без них жизнь сельчан невозможна. И эти товары можно купить только в магазинах потребкооперации.

Фактически только потребкооперация несет социальную ответственность за уровень и качество торгового обслуживания своих членов кооператива (пайщиков) и в целом – за тружеников села, в том числе на хуторах. И это обслуживание нередко бывает убыточным, но оно необходимо, поскольку в настоящее время на селе больше делать это никто не может и не стремится. Это хорошо понимают и руководители Пинского райпо, и руководство района.

Таким образом, маркетинговая стратегия работы Пинского райпо в агрогородках является многоплановой, направлена на всестороннее совершенствование деятельности торговых предприятий, соблюдение определенных на государственном уровне социальных стандартов обслуживания сельских тружеников. Важной составляющей этой стратегической цели, наряду с конкуренцией, является установление тесных партнерских отношений, и даже сотрудничество, с другими торгующими предприятиями в агрогородках Пинского района.

### Список использованной литературы

1. **Скрундевский, А.** Итоги деятельности Белкоопсоюза за 2018 год. Совокупный объем деятельности по райпо и филиалам облпотребобщества за 2018 год / А. Скрундевский // Вести потребкооперации – 2019. – № 6. – С. 2.

2. **Тенденции** – позитивные, перспективы – обнадеживающие // Вести потребкооперации. – 2019. – № 7. – С. 2.

3. **О Государственной** программе возрождения и развития села на 2005–2010 годы : Указ Президента Республики Беларусь от 25 марта 2005 г. № 150 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.sb.by/articles/o-gosudarstvennoy-programme-vozhrozhdeniya-i-razvitiya-sela-na-2005-2010-gody-ukaz-prezidenta-respubliki-belarus-150.html>. – Дата доступа : 18.02.2019.

4. **Об утверждении** перечня объектов агрогородков : Постановление Коллегии Министерства архитектуры и строительства Респ. Беларусь от 1 дек. 2005 г. № 225 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.pravo.newsby.org/belarus/postanov16/pst491.htm>. – Дата доступа : 21.02.2019.